



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ambrosse, G., Harris, P. (2010). *Basic Design 08: Design thinking*. Case Postale: AVA Book.

Anggraini, S.L., Kirana, N. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Anshori, Y. (2010). *Tourism board: Strategi promosi pariwisata daerah*. Surabaya: Putra Media Nusantara.

Ensenberg, P. (2011). *Focus on composition: Focus on the fundamentals*. Oxford: Focal Press.

Freeman, M. (2013). *The photographer's eye: A graphic guide*. England: The Ilex Press limited.

Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentan kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. New Jersey: Pearson.

Landa, R. (2010). *Advertising by design*. New Jersey: John Wiley & Sons, inc.

Landa, R. (2011). *Graphic design solutions*. Boston: Wadsworth.

- Monks, F. J., Knoers, A. M., & Haditono, S. R. (2001). *Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising & IMK: Principles and practice*. New Jersey: Pearson.
- Soewardikoen, D. W. (2013). *Metodologi penelitian visual dari seminar ke tugas akhir*. Bandung: Dinamika Komunika.
- Sugiyama, K., Andree, T. (2011). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. United States: McGraw Hill Professional
- Supriyanto, R. (2010). *Desain komunikasi visual: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Suyanto, M. (2006). *Perancangan iklan outdoor kelas dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CAPS
- Vogt, W. P., Vogt, E. R., Gardner, D. C., Haeffele. L. M., (2014). *Selecting the Right Analyses for Your Data: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. New York: Guilford Press

Jurnal

Blain, C., Levy, S., & Ritchie, J.R.B., (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organization. *Journal of travel research* (43),4. Diakses dari:

<http://www.pikslar.com/temp/Bisi/dmc/328.pdf>

Guberman, S. (2015). On gestalt theory principles. *Gestalt Theory*, 37, 1. Diakses dari: <https://www.researchgate.net/publication/282828055>

Hanapi, Emerita, Z. A., Haryono, & Utaya, S. (2015). Pemanfaatan objek wisata sebagai sumber pembelajaran kontekstual. *I*.

Ulfa, A. (2013). Perancangan media promosi program studi desain komunikasi visual universitas negeri padang berbasis animasi. *Dekave*, 1(3), 7.

Diakses dari <http://garuda.ristekdikti.go.id/journal/article/101063>